

财富无处不在,行动成就梦想!

华南农业大学 刘海涛 指点

致富经

CCTV《致富经》栏目组 编

百姓身边的致富明星，百姓熟悉的经营环境
通过花卉、盆景、茶树栽培成就梦想的他们是如何闯市场的
专家指点花卉、盆景、茶树栽培

上海科学技术文献出版社

财富无处不在,行动成就梦想!

华南农业大学 刘海涛 指点

致富经

CCTV《致富经》栏目组 编

百姓身边的致富明星，百姓熟悉的经营环境
通过花卉、盆景、茶树栽培成就梦想的他们是如何闯市场的

专家指点花卉、盆景、茶树栽培

上海科学技术文献出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

专家指点花卉、盆景、茶树栽培 / CCTV《致富经》栏目编. —上海: 上海科学技术文献出版社, 2007. 7
(CCTV《致富经》丛书)
ISBN 978-7-5439-3210-4

I. 专… II. C… III. ①花卉-观赏园艺②盆景-观赏园艺③茶属-栽培 IV. S68 S571.1

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第082071号

责任编辑: 张 树 石 婧

封面设计: 钱 祯

专家指点花卉、盆景、茶树栽培

CCTV《致富经》栏目组 编

*

上海科学技术文献出版社出版发行
(上海市武康路2号 邮政编码200031)

全 国 新 华 书 店 经 销

江苏常熟人民印刷厂印刷

*

开本889X1194 1/32 插页2 印张5.75 字数113 000

2007年7月第1版 2007年7月第1次印刷

印数: 1 - 5 000

ISBN 978-7-5439-3210-4/S · 189

定价: 13.80元

<http://www.sstlp.com>

BIANCHUANGRENYUAN

编导人员

制片人：冯 克 杨全胜
主 编：王 凯 王德华 陈 翔
统 筹：贾晓红 董 琳 于 勤
戚 晋

主创人员：(以姓氏笔画为序)

万 鹏 王 斐 王 蕾 邓立新
丛永玮 叶 琳 刘国强 刘 杰
孙彦峰 孙凌云 朱 萍 许 威
吴兴民 吴青杨 吴敬宏 宋 午
张华君 张宇笛 张 帆 张 丽
张祥玲 张 辉 李松峰 李爱平
杨 健 杨涵竹 陈丽丽 陈沛强
周勇藻 段旭东 胡 丹 殷际辉
高 元 高 洁 梁译心 喻人旺
程诗雄 董冰冰 靳文娟 颜志宏
薛 倩

监 制：范宗钗 吴元辉
总 监：孙 林 詹新华 傅雪柳
出 品 人：傅玉祥





激励百姓创业 实现共同富裕(序)

《致富经》栏目要出一套丛书,把最近两年来拍摄的百姓创业致富的典型案例分析分门别类汇编成册,并附有业内专家的点评和相关产业信息的链接,丛书有的人物故事、有创业经验、有经营招数、有产业背景,相信能成为百姓创业致富的良师益友。

改变现状追求幸福,是人类共有的愿望。在现实生活中,我们身边不乏自主创业者,他们在实现自身小康理想的过程中,有的从农村走进城市,找到了创收门路,安排了就业人员;有的仍然留在农村,带动了一方产业,富裕了一方百姓,这些都增加了社会财富的积累,也促进了社会和谐的建设。百姓创业,已经成为经济增长、市场繁荣和扩大就业的重要力量。

近几年来,党和国家制定了一系列具有划时代和里程碑意义的支农、惠农政策,强有力地推动着“三农”问题的解决。统筹城乡发展是解决好“三农”问题,加快我国现代化进程的战略思想和行动纲领,同时统筹城乡发展也为城乡百姓创业致富提供了广阔天地和无限商机,关键是如何把握商机,去创造财富。

中国农业电影电视中心是中央电视台第七套农业节目的制作播出单位,“服务三农,沟通城乡”是我们一贯坚持的宗旨。《致富经》栏目作为央视七套的品牌栏目,一直聚焦于统筹城乡

序

经济社会协调发展,讲述百姓身边的创业致富故事,就是以百姓视角解读他们身边的致富典型,交流他们身边的致富经验,推介他们身边的致富明星,使观众喜闻乐见,学得会,用得上,并能启迪智慧、更新观念。

到目前为止,《致富经》栏目已经拍摄播出了近两千个百姓创业致富的典型案例,报道的行业涉及种植业、农产品加工、批发零售、工业品加工、餐饮业和信息服务业等诸多领域,这套丛书就是从众多的百姓致富的案例中精选出来的。《致富经》栏目整理出版这套丛书,是栏目全心全意为观众服务的延伸和深化。

这套丛书的最大特点是事与理并重,贴近百姓、贴近实际、贴近生活。这套丛书所选的案例,都是近两年发生的,具有浓郁的时代生活气息和感染力,对书中的人物和故事,读者不会感到陌生,甚至会产生一种“我也能做”的创业冲动。

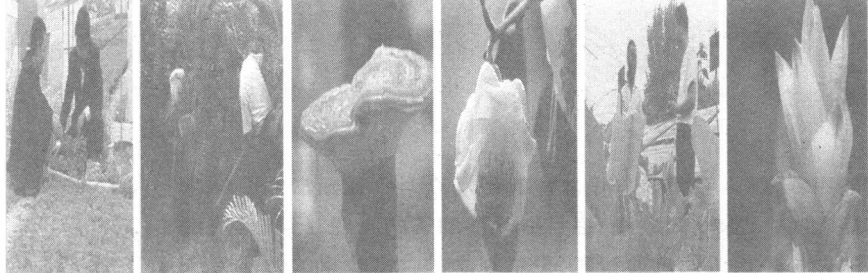
这套丛书涉及的行业众多,为读者便于查找,丛书对不同的致富项目分册出版,每本书是一类致富项目,读者能够多角度了解这类致富项目在不同区域、不同市场环境下,不同的创业者在创造财富过程中不同的操作特点。这套书不是《致富经》电视节目的简单文字版,它在保持电视节目事件框架的基础上,增加了图片、专家分析指点和信息链接,增加了这套丛书内容的深度和广度,对读者会有进一步的启发性。

正像《致富经》栏目所倡导的:别人的致富项目不可以照搬,但别人的致富经验一定要参考。希望这套丛书能够激发人们的创业激情,能成为城乡百姓创业致富的好帮手。

傅玉祥

中国农业电影电视中心党委书记、主任

2007年6月18日



财富无处不在

——《致富经》栏目简介

财富无处不在，行动成就梦想！

这是《致富经》栏目从大量的采访实践中总结出来的宣传语，是《致富经》栏目记者们三年多来的采访心得。

三年多来，《致富经》栏目报道了近两千个百姓创业致富的典型，涉及的行业五花八门，故事主人公也都来自普通百姓中间，他们的创业致富经历非常贴近百姓的生活现实，他们都是百姓创业致富渴望又可及的致富榜样。

由于《致富经》节目的贴近性，栏目组每天会接到大量的观众来电、来信、电子邮件等等，这些来函、来电大都有一个明确的需求，那就是寻找致富项目！《致富经》栏目的月点击量排在央视所有上网栏目的前 10 名，《致富经》栏目在央视国际网站 (WWW.CCTV.COM) 上专门做过调查，有 70% 的网友也在寻找致富项目。

想创业致富，首先面对的就是选择什么样的致富项目，“没风险、见效快、稳赚钱”的项目当然是首选，但是中国区域性差异很大，经济发展不平衡，市场情况变化也很快，所以要推广没风险、见效快的致富项目，很显然是行不通的。

但是，《致富经》栏目如果不能为观众创业致富提供有用的资讯，那么《致富经》还有什么存在的价值呢？我们每天都面对观众殷切的希望，他们渴望创业致富成功，他们非常希望从《致富经》节目获得一些致富信息，既然我们回答不了什么项目保

证能赚钱,那么我们怎样做才能满足观众对创业致富方面信息的需求呢?这是《致富经》栏目必须要回答的问题,《致富经》栏目的做法是用讲述启迪智慧、更新观念的财富故事的方法传递一种市场行为观念,就是闯市场的经验。

我们一直认为致富经验比致富项目更重要,这是我们从报道实践中得出的结论,同样的项目不同的人操作,会有不同的结果,《致富经》节目关注的是闯市场的经验。《致富经》节目每期都报道具有时代感的百姓创业致富案例,观众可以从这些案例里面去自我观照,从成功的故事中学习经验,从失败的故事中吸取教训,从危机的故事中学习如何处理危机,从别人创造财富的故事中,学习怎样把握身边商机闯市场的经验,也就是说,别人的致富项目不可以照搬,但别人的致富经验一定要参考。

《致富经》栏目是中央电视台第七套节目的一档涉农经济栏目,《致富经》栏目目前设有两个版块:“闯天下”和“经济视野”。

“闯天下”节目报道的都是百姓身边的致富典型,是以农民的创业经历、经济生活或经营涉农产业的城市人的创业经历、经济生活为题材,讲述一个具有时代感的财富故事。

“经济视野”节目报道百姓关心的经济环境,报道各地发展区域经济、县域经济、特色经济的一些创新做法和经验。

我们说“闯天下”者必须打开“经济视野”,在内容定位上,两个版块是互补的。

现在我国已经到了以工促农、以城带乡的发展阶段,统筹城乡为创业致富提供了许多新的发展空间,城乡百姓创业途径、致富项目有了更多的趋同性,有很多可互相借鉴的经验,所以《致富经》节目报道的案例,城乡百姓都可以得到启发、借鉴。

《致富经》栏目首播时间:CCTV-7 周一至周五 22:02~22:32,重播时间:13:52~14:22,敬请关注!

冯 克

中央电视台第七套节目《致富经》栏目制片人

2007年6月18日

CONTENTS

目录

矮个竹子当草种	1
被玫瑰刺伤之后	9
痴迷荷花的刘培孔	15
从一名瓦工到千万富翁	25
当菜吃的莲花卖给谁	34
当万寿菊遭遇了谣言	42
邓志强遇上姜荷花	49
对着干不如合着干	58
花香带来两个亿	64
看着图纸种苗木	70
罗登强的惊天之举	76
牡丹园里的财富奥秘	84
赔赚只为一把草	92
算计出的意外收获	101
投下老本获大利	110
养花不卖也赚钱	118
原来这么多没想到	127
越亏越种百合花	136
3个男人和灵芝	143
茶王背后的商业秘密	149
茶叶大县的新烦恼	155
吃惊的结果出现以后	160
种下值钱的金花茶	165



矮个竹子当草种

2005年12月12日下午,浙江省临海市杜桥镇农民李明德,驱车200千米要去安吉县林科所推销自己的一种竹子。

李明德:“我是从他这里买的竹子,他然后又从我这里买竹子。这个地方,我经常走,一年来两三次,走了三五年。”

安吉县是有名的竹子之乡,安吉县林科所又是专门培育和经营竹子的地方。这里品种齐全,但有一种竹子却只能向李明德购买,因为只有李明德才有。李明德原本是林科所的客户,现在林科所反倒成了他的客户,这到底是怎么回事呢?

2000年以前,李明德做包括竹子在内的花木生意,常来安吉县林科所选购竹子。2000年12月的一天,他再次来到这里,没想到在林子里挑选竹子时却有了意外的发现。

李明德:“我当时在安吉林科所里买竹子的时候,偶然扒开了一个竹林,一扒开之后呢,一个惊喜。”

李明德发现,竹林里有几盆自己从未见过的小竹子,竹叶绿白

相间,只有三四十厘米高。那他为什么会感到惊喜呢?原来,当时李明德经营的苗木,好多都是大路货,在市场上缺乏竞争力,尤其是竹子,根本无法与安吉的众多经营者竞争。那段时间,他常常幻想着自己能拥有一种独家经营的新苗木。在李明德的眼里,这种意外发现的小竹子很可能就是自己要找的新品种。一阵惊喜之后,李明德向对方提出了购买的要求。

李明德:“他当时说,不能卖,因为这个品种,是从另外一个地方交换过来的,是从日本引进的,国内这个品种比较少。我就缠着他,他走到哪里我就跟到哪里。我说咱们都是老关系户了,卖一两盆没关系嘛。”

在他的一再请求下,对方最终同意卖给他两盆,但价钱却不容商量,价钱以枝计算,一盆有一百多枝,要价一百多元。

李明德:“我当时真的有点发呆,一毫米的杆茎,卖1元钱一枝。但我当时还是下定决心,一定要把它买了。最后我花了250元钱,买了两盆,心里很高兴。”

李明德高高兴兴地抱着买来的宝贝回到家里,妻子一看,哭笑不得。

李明德的妻子:“这个好像就是草呀。这两盆草花了250元钱,真是二百五。”

李明德不顾妻子的奚落,立即上网查看小竹子的用途。一查,他有了更为惊喜的发现。

李明德的妻子:“他从电脑间出来,手舞足蹈的。他说老婆我



发了。我说你什么发了，他说这个‘飞白竹’市场前景好得很，就像黄金。”

他从网上得知，小竹子叫飞白竹，是一种矮小的观赏竹。当时，日本等国家的一些城市已经把这种观赏类的小竹子用于地被绿化，国内的北京、上海等地也已经开始少量引进，但国内对这种竹子的培育还零星不成规模。当晚，李明德又在网上查到竹子研究的权威机构——国家林业部竹子研究开发中心就设在杭州。于是，他决定去 300 千米之外的杭州，向专家求证有关小竹子的市场情况。

在杭州，李明德见到了林业部竹子研发处处长、副研究员吴良如。

吴良如：“我首先是觉得很有意思，因为他起初的时候基本上不懂这个竹子。作为我们搞科技这一块的人呢，我们也希望我们搞的这个行业有更多的人来参与。”

就在李明德去林业部竹子研发中心之前，恰好吴良如和研发处的人正在负责观赏竹的开发研究。见有人主动想种新型的地被观赏竹，吴良如也非常高兴。当然，更高兴的是李明德，因为他最关心的有关市场的答案，吴良如竹筒倒豆般抖了出来。

吴良如：“地被类观赏竹呢，从我们的感觉来讲的话，一个是设计师已经对这个东西比较感兴趣了，像上海、北京的一些园林设计师，他们也打电话来咨询这一类竹子，市场需求还是比较好的。现在市场上真正的地被竹供应还是有问题的，就是说有一定规模的、

能够大量提供这个竹子的,还是比较少。”

李明德:“我就像吃了一颗定心丸,心里特别高兴。”

李明德又详细咨询了小竹子的种植技术。回家之后,按照专家提供的技术要领,他把仅有的两盆竹子作为种苗,一枝一枝地分开种了15平方米。由于以前没见过,所以种下之后,他隐隐担心这种竹子会不会和普通竹子一样长高。

李明德:“开始的时候,这个竹子一种下去之后,我基本上每天都在观察,怕这个竹子长高,我觉得地被植物,就必须矮,高了就不好看了。”

观察了一段时间,李明德发现这种竹子最多只能长到三四十厘米,非常适合像草一样搞地被绿化。同时他还惊喜地发现,小竹子是混生竹,繁育能力很强,在当地的气候条件下,只要在冬末春初移栽种植,发芽率就会很高。通过反复分株移栽,一年之内,他的15平方米竹子扩种成了两亩。

李明德:“这些笋芽一颗一颗长出来,确实很好,就不停地在长。小笋芽有的还在地里面,有的已经长出来了。我可以用锄头先给它挖挖,挖挖之后一看,它下面都是黄金,在我眼里这些笋芽就是黄金。”

在李明德的精心呵护下,小竹子飞快地繁殖着。到了2003年,他的竹子可以足足种满15亩。这时李明德反而变得犹豫起来,不种吧,现有的两亩显然不足以打开市场;种吧,得租用十几亩地,投资金额不是个小数字,而这两年多了还没见着一个买主。究竟

敢不敢继续扩大呢？李明德再次前往杭州的国家林业部竹子研发中心。

吴良如：“他来咨询我的时候，我说大家种一点、卖一点的都有的。但是一旦哪个园林工程比较大，就是稍微大面积地用几亩，或者10亩，一大块种的话，它的量就不够了。你就搞有一定规模的，别人来要的话，你就能够提供出来。”

听了专家的分析，李明德仍然感到有点不踏实。因为把竹子种好是将来走向市场的前提条件，而自己默默种了两年多，好坏如何，这心里还真没个底儿，于是他想请专家亲自到他的地头看一看。

李明德：“我说邀请他，到我那边去，帮我技术指导一下。”

吴良如：“后来我过去看了，可能他那边刚好地处海边，和日本的土壤、气候有一些相像，竹子确实繁育得比较好。”

当时陪同专家到李明德地头的还有林海市政府以及相关部门的人，李明德的地被观赏竹这时开始受到了市科技局的关注和鼓励。2003年，李明德很坦然地把小竹子基地扩种到了15亩，并在当地科技部门的帮助下，开始利用盆栽方法来提高小竹子的质量。

信息链接

飞白竹栽培

栽植时应采用移母竹的方法，成活率较高。可選用生长正常，竹节间密，分枝点低，竹鞭（地下茎）生长旺盛的母竹进行分株。挖掘时应注意保留竹鞭30~60厘米长，去鞭（即新生茎）占三分之二。切忌干穴填土或压实时伤及鞭根、笋芽。栽后置于阴凉处，并经常以少量清水喷雾，以免叶尖发黄。1个月以后逐渐见阳光，移植时间以秋分前后为宜。

李明德：“上盆的时候呢，就是把它剪下来，在5厘米剪下来，每一节带两个芽，或者三个芽，给它上盆。上盆之后，这个存活率就高了。一年四季，都能够保证，不管在什么时候，它都能种植。”

2004年3月，李明德的15亩小竹子长势喜人，一部分盆栽苗已经可以出售。但当时很多人还不认可这个东西，到底能不能卖掉呢？李明德不停地与市里的机关单位联系，但跑了一个多月就是不见效果。渐渐地他发现了一个现象，绿化单位一般不自己去联系苗木，而是提出要求，由施工单位去找，而施工单位又大都是经营苗木的公司。

李明德：“绿化单位呢，它是只负责出钱的。只有那个施工单位，园林绿化工程公司，他们会找这个竹子，从中能够赚钱。”

卖给苗木公司价格上肯定要低于直接卖给绿化单位，但由于这些苗木公司身后都拥有相对固定的客户群，能够间接地为自己打开销路，尽管看起来价格是降低了，但客户却增加了。李明德反复比较之后，觉得这是销售竹子的一个好办法。

在众多苗木公司中，李明德首先想到的是安吉县的竹子大户。通过打电话、发邮件、传照片，借船出海的办法很快就见了效。一周之后，就从安吉县不约而同地来了两家客户，想不到的是，其中一家不是别人，正是当初卖给他小竹子的安吉林科所。

李明德：“我这个‘飞白竹’呢，是4年前向他买的，花250元钱买的。我当时考虑，如果不认识他，他当时没卖给我的话，也没有我现在的规模。所以我思前想后，还是要偏重他，所以整个数量当



中呢,略向他倾斜一点,价格还是一视同仁的。”

安吉林科所为什么会来林海买竹子呢?原来,就在几天前,上海一家用户打电话向他们订购竹子,其中就有作地被的飞白竹。幸好李明德这里有所要的品种,才解决了他们的燃眉之急。这次生意之后,安吉林科所和李明德之间互通有无,来往更为密切。目前,李明德已与安吉县的多家花木公司建立了合作关系。李明德去竹子之乡推销竹子已不再是新鲜事。

客户:“大家双赢,应该就是这个道理。”

借助苗木大户的销售渠道,李明德的小竹子渐渐占据了本地市场,而且引起了外地客商的注意。

员工:“像我这么一盆,就卖一百多元,这个东西挺值钱的。”

到了2005年年底,李明德的地被观赏竹基地已经扩展到了40亩,而每亩至少能种4万盆。谁也不知道,这种像草一样的小竹子还会给李明德带来多大的惊喜。



● 专家指点

目前国内生产园林绿化苗木的企业和农户有很多,竞争十分激烈。在市场上,苗木的需求也存在着变化,这几年畅销的品种,两三年后可能滞销。曾经在一些地方,由于一哄而上、盲目发展某些品种,甚至出现了农户最后不得不把苗木砍

下当柴火卖、作柴火烧的情况。如何能够在这种竞争相当激烈的市场上立足和发展？开发新品种是最有效的手段之一，特别是人无我有的独家品种，它的售价也可以定得较高，利润也就大。李明德种竹子致富就是一个很典型的案例。他本来就做竹子等苗木生意，在经营中认识到了开发新品种的重要性，通过自己的经验发现和引进了飞白竹这个国内还没有规模化生产的品种，然后进行不断的繁殖扩大，再努力去开发市场，最后获得了成功。

李明德目前的飞白竹生产基地已经有了数十亩的规模，但说起来也不是很大，当今百亩以上的苗木基地都很常见。随着飞白竹越来越被客户所认识和接受，飞白竹的前景应当是很好的。当然，由于飞白竹不是一个专利品种，别人也会迅速引进，竞争也就随之而来。因此，目前李明德应当成立自己的公司，注册一个品牌，并且加强市场开发与推广工作，同时继续扩大生产基地，使企业向专业化、规模化发展，以便在将来的竞争中保持优势地位。